

Sieben Fragen an Vanessa von Schlippenbach

„Der Gartenbau ist eine große Chance für Entwicklungsländer“



Dr. Vanessa von Schlippenbach
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
der Abteilung
Informationsgesellschaft
und Wettbewerb
am DIW Berlin

Frau Dr. von Schlippenbach, in den am wenigsten entwickelten Ländern liegt der Anteil der ländlichen Bevölkerung durchschnittlich bei rund 70 Prozent. Welche Chancen haben landwirtschaftliche Produkte aus diesen Ländern am Weltmarkt?

Insbesondere bei Obst und Gemüse können wir eine eklatante Ausdehnung des Weltmarkts feststellen. Die Produktion hat sich in diesem Bereich nahezu verdoppelt. Die Chancen am Weltmarkt sind für Schwellen- und Entwicklungsländer zum Teil sehr gut, weil die Nachfrage sehr stark gestiegen ist.

Wie ist die wirtschaftliche Situation der Landwirte in den Entwicklungsländern?

Viele der Landwirte produzieren, um ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. Nur wenige schaffen den Sprung auf nationale Märkte und noch weniger auf internationale Märkte. Um es in diesen lukrativeren Markt zu schaffen, sind die Landwirte auf Kreditgeber angewiesen. Aber auch das allein reicht noch nicht, wenn es keinen Zugang zu den notwendigen Produktionsfaktoren gibt – zum Beispiel Saatgut. Wenn das Saatgut schlecht ist, ist auch die Produktion schlecht, und dann hat sich die Investition nicht gelohnt.

Wie könnte sich die Einkommenssituation der Kleinbauern in Entwicklungsländern verbessern?

Die Einkommenssituation ließe sich verbessern, wenn sie die Möglichkeit hätten, ihre Produkte mit höheren Margen abzusetzen. Hier gibt es insbesondere eine Nachfrage nach den sogenannten „High-Value-Crops“. Das sind Güter wie beispielsweise Obst und Gemüse, die sich in Industrieländern sehr gut vermarkten lassen.

Warum ist der Gartenbau gerade in Entwicklungsländern erfolversprechend?

Der Anbau von Obst und Gemüse lässt sich wenig mechanisieren. Und genau hier haben insbe-

sondere kleinbäuerliche Betriebe Vorteile, weil sie ihre Familienarbeitskräfte einsetzen können. Auch bei der Pflege der Anbauflächen kann man davon ausgehen, dass die Bauern aufgrund ihrer großen finanziellen Abhängigkeit vom Erfolg des Anbaus eine höhere Sorgfalt walten lassen.

Gibt es überhaupt ausreichende Vertriebsstrukturen?

Die Produktion in Industrieländern zu vermarkten ist ein attraktiver Anreiz. Daher gibt es zunehmend ausgefeilte Vertriebsstrukturen. Exporteure kaufen die Waren in Entwicklungsländern auf und geben sie an Importeure in Industrieländern ab. Zum Teil gibt es auch direktere Warenflüsse, wo der Einzelhändler direkt von den Exporteuren bezieht.

Der Anbau
von Obst und
Gemüse birgt für
» Entwicklungs- und «
Schwellenländer
ein erhebliches
Potential.

Mit welchen Schwierigkeiten hat ein Landwirt in einem Entwicklungsland zu kämpfen?

Die wesentliche Schwierigkeit ist wohl darin zu sehen, dass ein Landwirt die Qualitätsanforderungen, die der Einzel-

handel stellt, erfüllen muss. Er muss zum einen glaubhaft machen, dass er in der Lage ist, die geforderte Qualität zu liefern, zum anderen gibt es aber auch technische Schwierigkeiten. Gerade in südlichen Ländern ist das Infektionsrisiko höher, darüber hinaus sind die Maßnahmen zum Pflanzenschutz relativ teuer. Das heißt, auch hierfür ist Kapital notwendig.

Gibt es überhaupt die Möglichkeit, an dieses Kapital heranzukommen?

Was sich in den letzten Jahren entwickelt hat, sind sogenannte „Outgrower Schemes“. Das sind bestimmte Exporteure, die ihren Anbauern oder auch ihrer eigenen Produktion Kapital zur Verfügung stellen, damit die erforderlichen Maßnahmen getroffen werden können. Sie begleiten die Produzenten beim Anbau und später bei der Vermarktung.

Das Gespräch führte
Erich Wittenberg.
Das vollständige Inter-
view zum Anhören
finden Sie auf
www.diw.de

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Alexander Kritikos
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Chefredaktion

Kurt Geppert
Carel Mohn

Redaktion

PD Dr. Elke Holst
Susanne Marcus
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01 805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die Stabs-
abteilung Kommunikation des DIW
Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.